
Prime-time ja uusi kilpailutilanne

Parhaan katseluajan ohjelmarakenteen muutossuunnat Suomessa 1970-1986

Heikki Hellman & Tuomo Sauri

Ohjelmarakenteen muutospaineet

Kun Raymond Williams vertaili 1970-luvun alussa eri tv-kanavien ohjelmistoa, hän havaitsi kaksi toisistaan selvästi erottuvaa ohjelmarakennetyyppiä. *Tyyppi A* eli julkisen palvelun televisio keskittyi uutisiin, ajankohtaisohjelmiin, dokumentteihin, opetusohjelmiin, taid- ja musiikkiohjelmiin, näytelmiin ja lastenohjelmiin. *Tyyppi B* eli kaupallinen televisio taas lähetti voittopuolisesti sarjafilmejä, elokuvia ja viihdettä. (Williams 1974, 84.)

Viime aikojen keskustelussa on toistuvasti tuotu esiin näkemys, että kilpailun kiristyttyä videoiden sekä kaapeli- ja uusien kaupallisten kanavien myötä myös julkisen palvelun kanavat olisivat "kaupallistuneet" tai "vihteellistäneet" ohjelmaprofiiliaan. Siihen viittaavia havaintoja on tehty esimerkiksi Länsi-Saksassa (Holzer 1985), Isossa-Britanniassa (Sparks 1987), Italiassa (Connell & Curti 1985) ja Norjassa (Gripsrud). Näkemys on saanut tukea myös eräistä laajemminkin Länsi-Eurooppaa koskevista selvityksistä (Blumler & Brynin & Nossiter 1986 ja Television programming in Europe 1987).

Ne ohjelmistoon kohdistuvat muutospai-

neet, jotka koskettanevat kaikkia länsieurooppalaisia yleisradioyhtiöitä – kuin myös niiden kilpailijoita – on kenties parhaiten tiivistänyt Giuseppe Richeri (1985, 24-25):

(1) Ohjelmisto lipuu kohden pienintä yhteistä nimittäjää eli *suurinta mahdollista yleisöä*. Etenkin tämä koskee *parhaan katseluajan* tarjontaa, josta kulttuuri-, opetus- yms. ohjelmisto siirretään vähemmän tärkeille ohjelmapaikoille.

(2) Mahdollisimman suuren katsojaosuuden turvaamiseksi *päivittäistä ohjelma-aikaa* on lisättävä.

(3) Kasvava ohjelma-aika lisää *ulkomaisen standardiohjelmiston*, lähinnä sarjojen osuutta ohjelmistossa sekä *uusintojen* määrää.

(4) Nämä tekijät yhdessä johtavat Richerin mielestä seuraavaan: ensiksi ohjelmisto ylipäänsä *yhdenmukaistuu*; toiseksi yksityinen ja julkisen palvelun televisio alkavat enenevästi *muistuttaa toisiaan*; ja kolmanneksi kansallinen ohjelmatuotanto standardisoituu *kansainvälisen muotin* mukaiseksi, koska se lisää ohjelmien kaupattavuutta kansainvälisillä markkinoilla.

Mikäli edellä sanottu pitää paikkansa, Raymond Williamsin klassinen erottelu julki-

sen palvelun ja kaupallisen television välillä olisi hämärtymässä.

Mainitun kaltaisia muutoksia on havaittu myös Suomessa. Television kahden pääkanavan ohjelma-aikaa on lisätty 60 prosenttia sitten 1970-luvun alun ja 25 prosenttia sitten 1980-luvun alun (Hellman 1988). Niiden ohjelmarakenteen on havaittu kuluvalle vuosikymmenellä yhtäältä viihteellistyneen (Kalkkinen 1986 ja 1988) sekä toisaalta kansainvälistyneen (Tukiainen 1987). Kasari (1988, 81) on arvellut lähinnä taloudellisten syiden ajavan ohjelmarakennetta tähän suuntaan.

Steinbockin (1986, 164) mukaan "YLE:n ja MTV:n ohjelmistot ovat merkittävästi samalaistuneet viime vuosina". Myös Paasilinnan (1986, 93) mielestä "MTV on vetänyt YLE:ä perässään viihteelliseen suuntaan". Oksanen (1986, 25) puolestaan arvelee yhtiöiden keskinäisen kilpailun koventuneen etenkin parhaana katseluaikana.

Kun puhutaan ohjelmiston yhdenmukaistumisesta, viihteellistymisestä, kansainvälistymisestä jne., voidaan tarkoittaa ainakin kahta eri asiaa:

(1) Ne voivat tarkoittaa muutoksia itse *ohjelmien* rakenteissa, esimerkiksi "mallinnusta" (Kivikuru 1986) tai "sisäistä pyrkimystä 'vihteellistymiseen'" (Steinbock 1983, 34).

(2) Konventionaalisemmassa mielessä niillä voidaan viitata muutoksiin *ohjelmiston* rakenteessa.

Tässä artikkelissa yritämme osoittaa, että nimenomaan *jälkimmäisessä* merkityksessä *ohjelmarakenne ei ole Suomessa juurikaan muuttunut tultaessa 1970-luvulta 1980-luvulle*. Siitä huolimatta, että alan kilpailutilanne on tuntuvasti kiristynyt (ks. esim. Hellman 1988, Kasari 1988 ja Silvo 1988), Yleisradio ja MTV ovat osapuulleen säilyttäneet vakiintuneet ohjelmistoprofiilinsa.

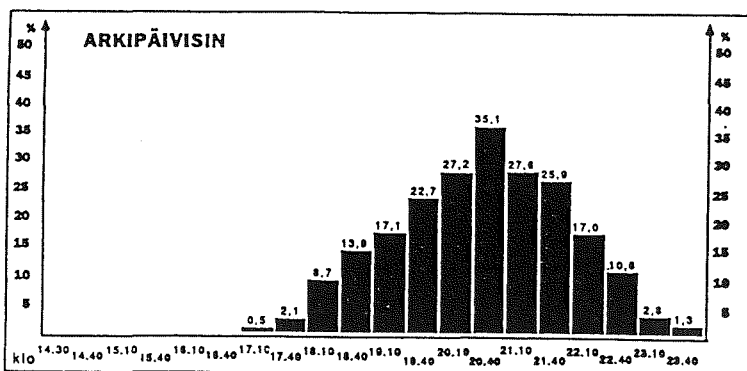
Muutosten vähäisyyttä näyttäisivät selittävän suomalaisen tv-järjestelmän erityispiirteet, ennen muuta Yleisradion ja MTV:n "kaksoismonopoli", joka on tehnyt mahdolliseksi niiden keskinäisen työnjaon.

1970-luvulla, jolloin kumpikin ohjelmayhtiö ammensi rauhassa omasta rahoituslähteestään (toisella lupamaksut, toisella mainostulot), ne muodostivat sisäisesti kilpailevan monopolin, joiden ohjelmaprofiilit täydensivät toisiaan. Kiinnostavaa on, ettei tilanne ole juuri muuttunut 1980-luvullakaan, vaikka mainosrahoista joudutaan nyt kilpailemaan. Monopolin tilalle on tullut hieman laajennettu *oligopoli* – esimerkiksi Helsingissä Yleisradio, MTV, Kolmostelevisio ja HTV – jonka johtava toimintaperiaate on kilpailu katsojista. Yleisradion ja MTV:n yhteiselo on uudessa tilanteessa lauhtunut jos mahdollista vieläkin selvemmin suojaääksi, jossa ne yhdessä vaalivat yhteisiä etujaan.

Väitteemme merkitystä lisännee se, että puhumme seuraavassa nimenomaan parhaasta katseluaajasta eli ns. *prime-timestä*¹. Edes prime-timen rakenteistavat vaatimukset eivät ole riittäneet muuttamaan ohjelmarakenteen kurssia. Richerin havaitsemat muutospaineet ovat epäilemättä todellisia, mutta suomalaisen yleisradiojärjestelmän sisäiset pidäkkeet ovat toistaiseksi olleet vahvempia.

Suomalainen prime-time

Suosituimmat tv-ohjelmat ovat miltei poikkeuksetta parhaan katseluaajan ohjelmia. Sen selittää kaksi käytännöllistä tosiseikkaa. Koska prime-time on ensinnäkin useimpien katsojien kannalta otollisin hetki seurata tv:tä, yleisöpiikki on ikään kuin valmiiksi olemassa (ks. kuvio 1). Toiseksi tv-kanavat panostavat eniten juuri prime-time-ohjelmistoonsa; se muodostaa julkisivun, joka yrittää houkuttaa



Kuvio 1. Televisiota päätoimisesti katselevien osuus arkipäivisin (%)

Lähde: Perustuu vuoden 1979 ajankäyttötutkimuksen tietoihin (Niemi & Kiiski & Liikkanen 1981, 109-111).

mahdollisimman monta katsojaa puoleensa.

Parasta katselu-aikaa on totuttu pitämään yleisöstä käytävän kilpailun pääareenana (ks. esim. Cantor 1980 ja Gitlin 1983), jonka ohjelmarakenne on kaikkein attraktiivisin (Dominick & Pearce 1976; Krüger 1987). Kun Suomi on kuluvalle vuosikymmenellä siirtynyt kahden tv-yhtiön "kaksoismonopolista" useiden kanavavaihtoehtojen "kilpailun aikakautteen" (Silvo 1988), perinteisten valtakunnallisten kanavien voisi odottaa mukautuneen television yleisiin kehitystrendeihin ja muuttaneen nimenomaan parhaan katseluajan ohjelmarakennettaan. Voisi olettaa niiden tarjonnan yksipuolistuneen, virtaviivaistuneen, viihteellistyneen ja kansainvälistyneen. "Kilpailun aikakausi" näyttää kuitenkin jättäneen yllättävän niukat jäljet prime-timen ohjelmarakenteeseen.

Vuosina 1970-1986 parhaan katseluajan tarjonta on pysynyt pääpiirteissään ennallaan. Läpi koko tutkimusajanjakson prime-timen keskeisen ohjelmaturun ovat muodostaneet uutiset, asiaohjelmat, pitkät elokuvat ja sarjafilmit. Niiden rinnalle ovat viime vuosina yhä selvemmin nousseet ajankohtais- ja viihdeoh-

jelmat. (Taulukko 1.)

Puhe ohjelmarakenteen viihteellistymisestä ei saa aineistostamme tukea. Asiatyyppisten ohjelmien osuus ei ole suinkaan vähentynyt vaan päinvastoin koko ajan hieman lisääntynyt. Vastaavasti viihteellisten ohjelmatyyppien osuus on pudonnut tutkimusjakson kuluessa. Vastoin tyypillistä oletusta prime-time nojasi vahvimmin viihteeseen 1970-luvun alkupuolella eikä suinkaan 1980-luvulla.

Paras katselu-aika ei myöskään näytä "standardisoituneen" kaikkein tavanomaisimmassa mielessä. Sarjafilmit ovat tosin sen suurin yksittäinen ohjelmatyyppi, mutta kaikkein riippuvaisiin sarjafilmeistä prime-time oli tutkimuksen alkujaksolla, joskin niiden osuus tarjonnasta on 1980-luvun puolivälissä uudelleen nousussa.

Edelleen, "vähemmän tärkeiden" taikka "marginaalisiksi" katsottavien ohjelmatyyppien tarjonta ei näytä mitenkään silmiinpistävästi vähentyneen parhaana katselu-aikana: opetus-, lasten- ja uskonnollisia ohjelmia on aina esitetty yhtä vähän parhaana katselu-aikana. Kulttuuriohjelmista merkillepantavaa on oikeastaan vain tv-teatterin ilmeinen kato-

Ohjelmatyyppi	1970	1972	1974	1976	1978	1980	1982	1984	1986	Keskiarvo
Uutiset	15.8	14.4	13.7	14.0	12.2	10.6	12.3	12.4	12.4	13.1
Ajankohtaisohjelmat	6.5	5.1	6.3	10.6	9.3	12.9	11.9	13.3	11.8	9.8
Asiaohjelmat	16.6	17.2	14.0	12.9	18.3	17.7	16.8	13.1	17.6	16.0
Opetusohjelmat	1.2	0.5	1.9	1.6	0.5	0.6	1.4	1.6	1.0	1.2
Yhteisohjelmat	2.1	1.6	4.4	4.8	2.3	5.0	4.8	2.3	2.8	3.4
Asiatyyppiset	42.2	38.8	40.3	43.9	42.6	46.8	47.2	42.7	45.6	43.4
Teatteri ja tv-elokuvat	9.1	6.3	4.9	5.3	2.4	3.8	3.3	5.6	1.5	4.6
Pitkät elokuvat	9.5	14.4	10.3	13.2	13.8	12.6	11.7	10.4	10.0	11.7
Sarjafilmit	20.7	21.2	23.2	16.9	17.3	13.9	18.4	17.6	20.5	18.8
Viihdeohjelmat	7.9	9.3	9.0	7.6	9.2	8.8	7.7	14.8	11.5	9.6
Musiikkiohjelmat	5.4	1.5	2.0	2.8	2.3	5.2	2.4	1.9	2.2	2.8
Urheiluohjelmat	2.7	4.6	7.7	7.3	7.2	7.1	5.4	4.4	7.2	6.0
Viihteelliset	55.3	57.3	57.8	53.1	52.2	51.4	48.9	54.7	52.9	53.6
Lastenohjelmat	1.1	2.8	2.0	2.8	4.7	1.0	2.8	1.9	1.3	2.3
Uskonnolliset ohjelmat	0.3	0.2	0.1	0.1	0.1	0.2	-	-	-	0.1
Muu tarjonta	1.0	0.8	0.3	0.2	0.3	0.5	1.2	0.7	0.3	0.6
Muut	2.4	3.8	2.4	3.1	5.1	1.7	4.0	2.6	1.6	3.0
Yhteensä	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Minuuttia	5470	5490	5750	5790	5740	5775	6000	6000	6000	52015

Taulukko 1. Eri ohjelmatyyppien tarjonta parhaana katseluaikana 1970-1986 (%)

aminen prime-timen ohjelmarungosta.

Prime-time-tarjonta ei ole myöskään yksipuolistunut. Yksinkertaisena yksipuolistumisen mittarina käytimme kolmen suurimman ohjelmatyyppin osuutta (esim. Dominick & Pearce 1976). Tarkastelun alkujakson (1970-74) kolme suurinta – uutiset, asiaohjelmat ja sarjafilmit – muodostivat 52 prosenttia tarjonnasta, mutta loppujaksolla (1982-86) – jolloin aivan samat ohjelmatyyppit hallitsivat prime-time-tarjontaa – enää 47 prosenttia. Tämän perusteella voisi pikemminkin väittää, että ohjelmisto on 1980-luvulla hivenen monipuolistunut.

Vastoin tyyppillistä oletusta ykkös- ja kakoskanavien prime-time ei myöskään ole kansainvälistynyt, vaan kotimaisen ohjelmatarjonnan osuus on pysynyt 1980-luvullakin korkeana:

1970	54,8 %
1974	59,2
1978	61,2
1982	64,9
1986	60,5

Huomionarvoista lienee se, ettei prime-timen ja koko ohjelmiston välinen poikkeavuus ole Suomessa kasvanut vaan pikemminkin vähentynyt. Ylimalkaan prime-time "vinouttaa" tv:n ohjelmatarjontaa meillä vain vähän. Parhaan katseluaajan ohjelmakartta on pääpiirteissään samanlainen kuin koko ohjelmiston. Prime-time siirtää hienokseltaan eräitä ohjelmiston osia (opetus-, lasten- ja asiaohjelmat) marginaaliin ja vastaavasti korostaa toisia (sarjafilmit, ajankohtaisohjelmat), mutta esimerkiksi asian ja viihteen keskinäissuhteet eivät juuri horju (Hellman & Sauri 1988, 55-58). Samankaltainen ero parhaan katseluaajan ja koko ohjelmiston välillä on havaittu myös Länsi-Saksan julkisilla kanavilla (ks. Krüger 1987, 555-557).

Tarkastelu siis näyttää osoittavan, ettei television kahden pääkanavan tarjonta ole juurikaan muuttunut 1980-luvun kilpailun kauteena. Eri ohjelmatyyppit ovat asettuneet omille vakiopaikoilleen ja omaksuneet omat vakioroolinsa jo hyvissä ajoin viimeistään 1970-luvulla.

Virtaviivaistuminen

Loppujen lopuksi se, että suomalainen prime-time koostuu pääosin kotimaisesta ohjelmistosta, ei ole kovin yllättävää. Kotimaiset ohjelmat ovat toistaiseksi olleet keskimäärin katsojampia kuin ulkomaiset (Kalkkinen 1986, 17-19 ja Kalkkinen 1988, 37-38). Ilkka Heiskasen (1986, 121-123) mukaan suomalaiset suosikiohjelmat ovatkin tv-yhtiöille perinteinen "laajan yleisön hankkimiskaava".

Ennen muuta yleisön ikärakenne puhuu kotimaisen ohjelmiston puolesta. Yli 45-vuotiaat muodostavat yhä yli puolet käytännöllisesti katsoen kaikkien ohjelmatyyppien katsojajunnasta (Kalkkinen 1988, 27), ja nimenomaan he suosivat muita enemmän kotimaista tarjontaa. Ulkomaisen ohjelmiston kysyntä lienee nousemassa esiin nuorison ja tiettyjen sosiografisten ryhmien ("city-ihmiset") kautta.

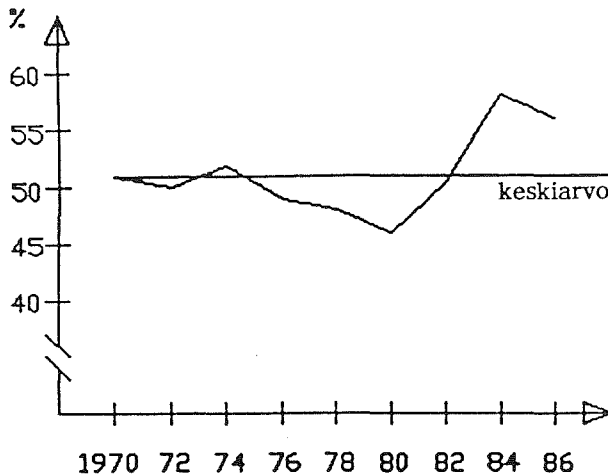
Myös sille, että suomalainen prime-time on vain niukasti viihdepainotteinen on luonteva selityksensä. Se näyttäisi johtuvan YLE:n ja MTV:n keskinäisestä työnjaosta, jota tarkas-

tellaan lähemmin jäljempänä. Sitä paitsi paras katseluaika ei yleensä näytä nostavan esiin vain viihdettä; myös ajankohtaisohjelmat ja uutiset ovat muodostuneet illan parhaiden tuntien strategisiksi ohjelmatyypeiksi.

Prime-time ei kuitenkaan ole kokonaan säästynyt muutoksilta, jotka kielivät uudesta kilpailutilanteesta. Tuota ei välttämättä kovin huomattavaa mutta kuitenkin johdonmukaista ohjelmarakenteen liukumaa kutsumme *virtaviivaistumiseksi*. Se tarkoittaa sitä, kuinka tarjonta rakenteistuu vähitellen sulavammaksi ja sopeutuu parhaan katseluajan eritysvaativuuksiin:

(1) Ohjelmisto on enenevästi keskittymässä ns. *strategisiin ohjelmatyyppeihin*, joita ovat uutiset, ajankohtaisohjelmat, sarjafilmit ja viihdeohjelmat. Ne ovat kaikki ohjelmatyyppejä, joita prime-time näyttää erityisesti suosivan. Ne muodostavat nykyisin selvästi yli puolet parhaan katseluajan tarjonnasta (kuvio 2).

(2) Samankaltainen virtaviivaistuminen il-



Kuvio 2. "Strategisten" ohjelmatyyppien osuus prime-time-tarjonnasta 1970-1986 (%). Selitys: Mukaan on laskettu uutiset, ajankohtaisohjelmat, sarjafilmit ja viihdeohjelmat.

menee myös viihteellisten ohjelmatyyppien sisällä, jossa yhä suurempi osa tarjonnasta on ns. *ydinviihdettä*: sarjafilmejä, viihdeohjelmia ja pitkiä elokuvia — juuri niitä ohjelmatyyppettä, joita Raymond Williams (1974) piti kaupallisen television tyypillisimpänä tarjontana. Ydinviihteen osuus koko prime-time-tarjonnasta ei tutkimuskaudella juuri nouse yli tai laske alle 40 prosentin, mutta viihteen keskinäisessä hierarkiassa tv-teatteri ja musiikkiohjelmat ovat saaneet antaa tilaa virtaviivaisemmalle ohjelmistolle. 1970-luvun alkupuoliskolla sarjafilmit, viihdeohjelmat ja elokuvat muodostivat noin 70 prosenttia kaiken viihteen tarjonnasta, 1980-luvun puolivälissä osuus lähentelee jo 80 prosenttia. (Ks. tarkemmin Hellman & Sauri 1988, 62-65.)

Richerin oletukset ohjelmarakenteen muutoksista tuntuvat siis osittain pätevän myös Suomeen. "Prime-time-ajattelu" ja uuden kilpailutilanteen mukanaan tuomat paineet eivät kuitenkaan ilmene ohjelmajoittelussa kaikkein suurimmalla tavalla (yksipuolistuminen, viihteellistyminen, kansainvälistyminen); sen sijasta havaitsimme ohjelmiston profiloituvan hienovaraisesti virtaviivaistuen.

Työnjako

Edellä on tarkasteltu prime-timen ohjelma-profiilia yleensä. Seuraavassa vertaillaan tarkemmin Yleisradiota ja MTV:tä.

Eritellessään länsieurooppalaisiin yleisradioyhtiöihin kohdistuvia muutospaineita Richeri (1985) katsoi, että kaupallinen ja julkisen palvelun televisio alkavat enenevästi muistuttaa toisiaan. Suomen tapauksessa se tarkoittaisi, että YLE:n tarjonta olisi lähestymässä MTV:n profiilia, kuten Steinbock (1986) ja Paasilinna (1986) ovat arvelleet.

Suomalainen yleisradiojärjestelmä on kuitenkin rakennettu sellaiseksi, että Yleisradion

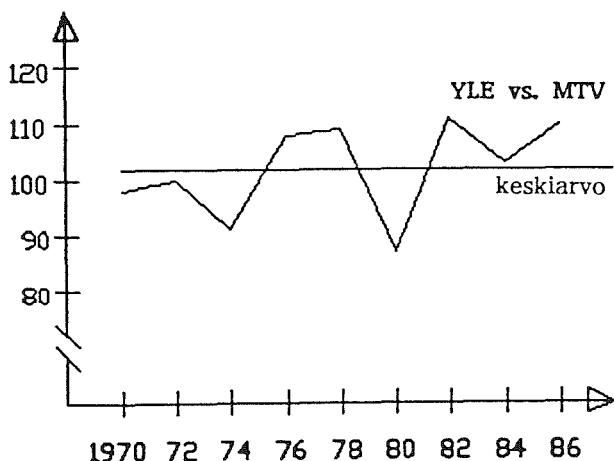
ja MTV:n ohjelmaprofiilien on edullisempaa täydentää toisiaan kuin riidellä keskenään (ks. tarkemmin Hellman & Sauri 1988, 43-50). Yhtiöt tavoittelevat eri "vuorovaikutustiloja" (Dimmick & Rothenbuhler 1984; ks. myös Tiihonen 1988, 29-37). Yleisradion ja MTV:n välillä vallitsee erityinen riippuvuusuhde, jossa Yleisradio antaa lähetyaika-a vuokralaiselleen, joka puolestaan antaa vastalahjaksi valtaosan mainostuloistaan. Tämä symbioosi pakottaa yhtiöt sääntelemään kilpailuaan ja turvautumaan pikemminkin työnjakoon.

Yleisradion ja MTV:n ohjelmarakenteet ovatkin jatkuvasti poikenneet selvästi toisistaan (ks. esim. Kalkkinen 1986, 22), ja ero näyttää koskevan myös parhaan katseluajan tarjontaa. Aineistomme mukaan *erot ovat 1980-luvulla pikemminkin korostuneet kuin lientyneet*.

Kenties selvintä on tarkastella yhtiöiden ohjelmarakenteen keskinäistä poikkeavuutta. Poikkeavuudella tarkoitetaan ohjelmaluokittaisten erojen summaa. Kuvio 3 osoittaa poikkeavuuden lisääntyneen 1980-luvulla, jos kohta mittarin arvo on vaihdellut tutkimusjaksolla melkoisesti.

Yhtiöt ovat tarjonneet tutkimuskaudella hyvin erityyppisiä ohjelmia. Yleisradion prime-time on korostanut asiattyyppistä ohjelmistoa MTV:n keskittyessä viihteellisempään tarjontaan. Ohjelmaluokittaiset erot yhtiöiden kesken ovat monissa tapauksissa hyvin suuria. Selvästi YLE:n hallitsemia tarjontaan alueita olivat asiaohjelmat, ajankohtaisohjelmat, uutiset ja urheilu. MTV:n vahvoja alueita taas ovat sarjafilmit, viihdeohjelmat ja pitkät elokuvat. — Williamsin jako A- ja B-tyypin ohjelmayhtiöihin tuntuu siis yhä pätevältä.

Tutkimuskaudella Yleisradio on nimenomaan lisännyt ylivoimaansa asia- ja ajankoh-taisohjelmien yhtiönä. Uutisvälitystä YLE hallitsee yhä, vaikka MTV on kuronut väli-



Kuvio 3. YLE:n ja MTV:n prime-time-tarjonnan keskinäinen poikkeavuus 1970-1986. Selitys: Poikkeavuudella tarkoitetaan ohjelmaluokittaisten erojen summaa. Mitä pienempi poikkeavuusmittarin arvo on, sitä yhdenmukaisempi on yhtiöiden tarjonta. Vastaavasti mitä suurempi mittarin arvo on, sitä enemmän YLE:n ja MTV:n prime-time-ohjelmistot poikkeavat toisistaan. Tunnusluvun maksimiarvo on 200 ja minimi 0.

matkaa kiinni; vastaavalla tavalla Yleisradio on sarjafilmiä tarjonnassaan hieman lähentynyt MTV:tä. YLE:n etumatka asiatyypisissä ohjelmissa on säilynyt ennallaan, kun taas MTV on lisännyt etumatkaansa viihteellisten ohjelmatyypien puolella.

Yhtiöiden eroa korostaa myös niiden tarjonnan yksipuolisuus, jolla tässä tarkoitetaan kolmen suurimman ohjelmatyypin saamaa osuutta ohjelmistossa. Yleisradiolla yksipuolisuusmittarin arvo on vaihdellut hieman 50 prosentin molemmin puolin, kun MTV:llä kolmen suurimman ohjelmatyypin yhteenlaskettu arvo oli alimmillaankin (1980) kaksi kolmasosaa prime-time-tarjonnasta ja oli 1986 kohonnut jo neljään viidennekseen. MTV:n ohjelmisto on parhaana katseluaikana ollut näin mitaten hyvin yksipuolista ja on 1980-luvulla yksipuolistunut entisestään. (Kuvio 4.)

Edellä todettiin prime-timen suosivan erityisesti uutisia, ajankohtaisohjelmia, sarjafilmejä ja viihdeohjelmia, joita yhdessä voidaan pitää parhaan katseluajan kannalta kaikkein

"strategisimpina" ohjelmatyyppeinä. Virtaviivaistumista onkin tapahtunut molempien yhtiöiden ohjelmistossa, mutta ne ovat painottaneet strategisia alueita hieman eri tavoin. Siinä kun Yleisradio on hienokseltaan panostanut uutis- ja ajankohtaisohjelmiin, MTV:n satsaukset ovat kohdistuneet sarjafilmeihin ja viihdeohjelmiin. Yleisradiolla strategisten ohjelmatyypien osuus on vaihdellut 40-50 prosentin välillä, MTV:llä ne ovat muodostaneet noin kaksi kolmasosaa tarjonnasta.

Virtaviivaistumista koskevan havainnon suhteen johdonmukaisesti MTV on paljolti luopunut tv-teatterista, musiikkiohjelmista ja lastenohjelmista parhaan katseluajan karttaansa. Yleisradio puolestaan on tinkinyt näistä "marginaalisista" ohjelmatyypeistä vain vähän.

Yleisradio ja MTV siis ovat pohjiaan myöten erityyppisiä, eikä niiden välillä ole tapahtunut ohjelmarakenteen tasolla ilmenevää yhdenmukaistumista. Yleisradio näyttää nojautuvan perinteiseen julkisen palvelun malliin oh-

jelmistossaan MTV:n yhä selvemmin siirtyessä kaupalliselle televisioyhtiölle tyypilliseen ohjelmakaavioon.

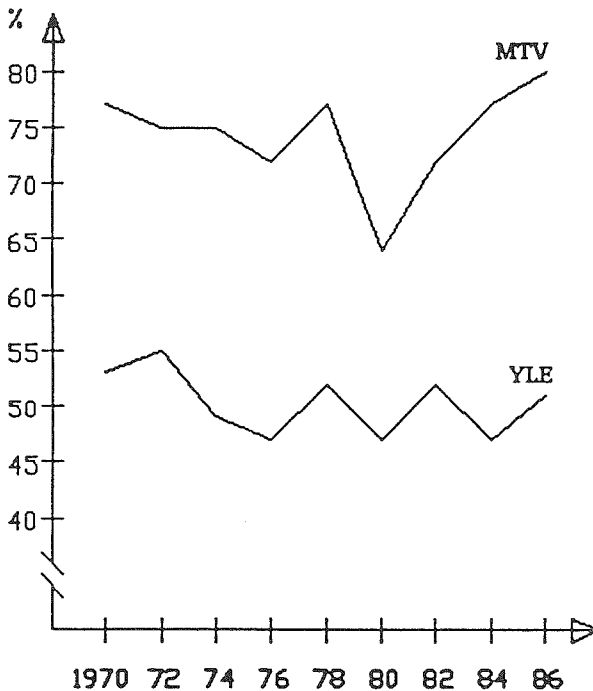
Näin hahmottuneessa kokonais kuvassa on muuan kenties yllättävä piirre. Usein ajatellaan, että MTV kaupallisena tv-yhtiönä jollakin tavoin edustaisi "ylikansallista" kulttuuri-teollisuutta Yleisradion vaaliessa kansallisen kulttuurin etuja. Käsitys on liioiteltu ainakin siinä mielessä, että MTV:n prime-time-ohjelmista yli puolet oli kotimaisia jo 1970-luvun alkupuolella, ja kotimaisuus on edelleen hienokseltaan lisääntynyt. YLE:llä kotimaisuusaste on koko ajan ollut tosin korkeampi kuin MTV:llä, mutta 1980-luvulla se on kääntynyt

laskuun.

Prime-time rakenteistaa

Ohjelmarakennetutkimuksemme tulosten perusteella prime-time on luontevaa tulkita eräänlaiseksi *sekä yleisön tv:n katselua että tv-yhtiöiden ohjelmajoittelua rakenteistavaksi tekijäksi*.

Jos televisio on "toistuva yhteiskunnallinen toimintakäytäntö", kuten Anthony Giddens (1979, 112) luonnehtii yhteiskunnallisia järjestelmiä, prime-time on yksi sitä luonnehtivista "rakenteistavista ominaisuuksista". Se on samanaikaisesti sekä televisiolle tyypillisten



Kuvio 4. Kolmen suurimman ohjelmatyyppin osuus YLE:n ja MTV:n prime-time-tarjonnasta 1970-1986 (%). Selitys: Kunkin tutkimusvuoden kolme yleisintä ohjelmatyyppiä saattavat vaihdella.

toimintakäytäntöjen väline että niiden tuotos. Prime-time on nykyisen tv-järjestelmän sisään rakennettu "ominaisuus", joka juontuu sekä katsojien että tv-yhtiöiden omaksumista käytännöistä ja tulee uusinnetuksi niiden kautta.

Prime-time on vakiintunut tosiasia. Yleisradio ja MTV näyttävät koostavan parhaan katseluajan ohjelmistonsa juuri tietyllä tavalla korostaen tiettyjä strategisia ohjelmatyyppejä. Yleisön kannalta sama asia puolestaan tarkoittaa sitä, että se on tottunut odottamaan illan tarjonnalta juuri tiettyjä ohjelmatyyppejä:

"Erityisesti television 'prime-time' eli parhaan katsonta-ajan määrittäminen ja 'suosikkiohjelmien' sijoittaminen siihen määrittää myös televisioyleisön tapaa mieltää omaa ajankäyttöään. --- Perinteistä viihdettä on saatava perinteiseen aikaan perinteisten perhetoimintojen ylläpitämiseksi." (Heiskanen 1985, 210.)

Parasta katseluaikaa voikin luonnehtia "perhekeskeiseksi" ohjelmapaikaksi, joka tavoittelee yleisökeeseen jokseenkin eriytymätöntä "keskivertosuomalaisen" joukkoa. Esimerkiksi toiminnalliset ja jännitykseen perustuvat sarjafilmit ja pitkät elokuvat sijoitetaan myöhäisiltaan, prime-timen ulkopuolelle, koska ne juuri voisivat häiritä "perinteisiä perhetoimintoja" (ks. esim. Virtanen 1988).

Prime-timesta on siten tullut sekä ohjelmarakennetta että katselutottumuksia rajoittava säännöstö, mutta samanaikaisesti myös toimintaympäristö ja "voimavara" (rakenteistavien ominaisuuksien kaksinaisesta merkityksestä ks. Giddens 1979, 103-123).

Säännöstön merkityksessä prime-timen loigian "rikkomista" ei pidetä suotavana. Kesellä parasta katseluaikaa lähetetty italiankielen opetusohjelma tuntuisi anomialta ohjelmarakenteessa. Paras katselu-aika "pakottaa" jossain määrin nojaamaan suosituimpiin tai ainakin virtaviivaisimpiin ohjelmatyyppeihin. Vastaavasti se "pakottaa" yleisön runsaslukuisena seuraamaan tv:tä iltaisin kello seitse-

män ja kymmenen välillä; yleisön odotetaan katsovan sille tarjotut uutiset ja napakymppit — muuten se ei ikään kuin täytä säännönmukaisista "rooliaan".

Voimavarana prime-time taas epäilemättä tarjoaa tilaisuuden sosiaaliseen vuorovaikutukseen, jota eri toimijat oppivat käyttämään hyväkseen. Televisio on sosiaalinen väline, jonka välityksellä yleisö saa kohdata samaan aikaan samat tutut tv-kasvot, joiden kanssa myös naapurit, ystävät ja työtoverit seurustelevat (esim. Ellis 1982, Morley 1986 sekä Taylor & Mullan 1986). Yleisö oppii etsimään suosikkejaan juuri tietyiltä ohjelmapaikoilta; se oppii pujottelemaan mielihalujensa mukaisesti kanavalta toiselle; ja se oppii käyttämään hyväkseen myös videon tarjoamaa ajansiirtoa.

Tv-yhtiöt puolestaan oppivat strategiseen ohjelmasuunnitteluun: sijoittamaan porkkanoita kulloinkin parhaiksi katsomiinsa esitysaikoihin ja etsimään kannaltaan kaikkein menestyksekkäintä ohjelmistoprofiilia.

Kaksi selviämistästrategiaa

Tutkimus ei tue niitä oletuksia, joiden mukaan Yleisradion ja MTV:n ohjelmistot olisivat lähenemässä toisiaan. Päinvastoin olemme saaneet viitteitä siitä, että niiden parhaan katseluajan ohjelmarakenne noudattaa tiettyä työnjakoa. Kumpikin yhtiö on keskittynyt niihin ohjelmatyyppeihin, jotka luontevimmin lukeutuvat niiden osaamisen alueeseen.

Tämä ohjelmapoliittinen valinta — joka lieenee ainakin 1980-luvulla muuttunut varsin tietoiseksi (ks. Silvo 1988, 226-237; Yleisradio ja viestinnän muutos 1986, 46-52) — kertoo kahdesta erilaisesta selviämistästrategiasta.

Yleisradio yrittää nojata julkisen palvelun ja sosiaalisen vastuun periaatteisiin. Prime-timen rakenteistavat vaatimukset eivät ole juuri häirinneet sen ohjelmistoa. Se haluaa olla —

myös parhaana katseluaikana – ensisijaisesti tiedonvälittäjä. Se ei ole antanut ohjelmarakenteensa yksipuolistua eikä viihteellistyä, vaan on sijoittanut parhaan katseluajan ohjelmistoonsa myös asiaohjelmia ja jossain määrin marginaalistakin tarjontaa.

Ilmeisesti yhtiö uskoo, että näin se voi turvata ainakin legitimizeettinsä poliittisen puolen. Suuren yleisön hyväksyntäkin lienee turvattu, onhan YLE virtaviivaistanut tarjontansa juuri niihin ohjelmatyyppeihin, jotka yhtiöltä istuvat julkisen palvelun ja sosiaalisen vastuun imagoon mutta samalla kuuluvat myös katsotuimpiin.

MTV taas on toiminut kaupallisen television perinteisen mallin mukaisesti. 1980-luvulla yli 80 prosenttia sen prime-time-tarjonnasta on ollut viihdettä, ennen muuta sarjafilmejä. Turvautumalla kaikkein suosituimpiin ohjelmatyyppeihin se on samanaikaisesti yrittänyt ostaa sekä yleisön että mainostajien huomion ja siten turvata sekä taloutensa että legitimizeettinsä yhdellä iskulla.

Kahden erilaisen selviämistästrategian tulos on ollut suomalaisen prime-timen erityinen ilme: kaupallisen television ja skandinaavisuutyyppisen julkisen palvelun välimuoto, kahden toimintaperiaatteen – williamsilaisittain A- ja B-typin – yhdistelmä. Suomen televisio on viihteellisempi kuin esimerkiksi Ruotsin ja Norjan mutta selvästi asiapitoisempi kuin Länsi-Euroopan uudet kaupalliset kanavat (Television programming in Europe 1987, 9-14).

Sekä YLE että MTV hamuavat suuria yleisömääriä, mutteivät samanaikaisesti – se on niiden työnjaon henki. Yhtiöt muodostavat yhteisiin etuihin nojaavan "kansallisen verkkin" (Heiskanen 1985), jonka keskeinen tavoite on säilyttää status quo, tasapaino. Kuten Silvo (1988, 155) on huomauttanut, MTV on "ketytetty" ja sulautettu osaksi "julkisen vastuun"

viestintäpoliittista ideologiaa, joka on tähdentänyt Yleisradion yksinoikeudellista asemaa mutta samalla nähnyt MTV:n sen välttämättömänä taloudellisena takuumiehenä.

Suomalaisen kaksoismonopolin toimintatapa muistuttaa suuresti – ulkoisista eroistaan huolimatta – Gitlinin (1983), Dominickin ja Pearcen (1976) tai Litmanin (1979) kuvausta amerikkalaisten networkien oligopolistisesta kilpailusta: *toisistaan riippuvaisten yhtiöiden tavoitteena on tasapaino, jota varotaan järkyttämästä*. Silloin keskinäisen kilpailun – tai kenties pitäisi puhua vain "kilvoittelusta" – ainoaksi sallituksi alueeksi jää ohjelmiston houkuttelevuus, katsojaluvut.

Yhdysvaltojen tapauksessa seuraukset ovat tunnetut: ohjelmisto yhdenmukaistuu, koska kaikki tavoittelevat täsmälleen samaa yleisöä. Suomen tapauksessa väliin tulee työnjako, joka sallii YLE:n ja MTV:n piirtää keskenään erilaiset ohjelmaprofiilit.

Tässä artikkelissa olemme analysoineet yksinomaan ohjelmiston rakennetta. On tietenkin selvää, että ohjelmarakenteen tarkastelu ei kerro koko kuvaa television ohjelmiston kehityksestä. Eri ohjelmatyyppien ilmaisukieli muuttuu ja on muuttunut historiallisesti (ks. esim. Steinbock 1985). Tällaisia muutoksia on vaikea ottaa huomioon analyysissa, joka perustuu ohjelmien ryhmittelyyn muutamiksi suhteellisen harvalukuisiksi luokiksi. Esimerkiksi havaitsemamme prime-timen tarjontarakenteen virtaviivaistuminen on vain oire, joka heijastelee itse ohjelmien sisällössä tapahtunutta kehitystä. Ohjelmien formaatit muuttuvat vastaamaan prime-timen rakenteistavia vaatimuksia (ks. esim. Cantor 1980, Gitlin 1983, Steinbock 1988, Swidler & Rapp & Soysal 1986). Mikrotason ohjelma-analyysi voi täydentää ja korjata tässä harjoitettua rakenneanalyysia.

Tarkastelumme ulottuu vain vuoteen 1986

saakka. Sen jälkeen sekä videonauhureiden että kaapelikanavien peitto on liki kaksinkertaistunut ja olemme saaneet television kolmoskanavan. Tämän tutkimuksen tulokset viittaavat kuitenkin siihen, että valtakunnallisten tv-kanavien ohjelmarakenne on suhteellisen vakaa ja muuttumaton. Nähtäväksi jää, miten paraikaa valmisteltava kanavajako tulee vaikuttamaan prime-timen tarjontaan ja yhtiöiden keskinäiseen työnjakoon.

Viitteet

1. Artikkelin perustuu erikseen raportoituun tutkimukseen (Hellman & Sauri 1988). Aineisto koostui kaikkiaan 18 otosviikon tv-ohjelmistosta vuosina 1970-1986. Kultakin parilliselta vuodelta valittiin kaksi viikkoa (yleensä viikot 7 ja 43), joiden ohjelmisto luokiteltiin 14:ään eri ohjelmaluokkaan. Kaikkiaan mukana on 1 647 eri ohjelmaa, kestoltaan 866 tuntia 55 minuuttia. Prime-time eli paras katselu-aika määriteltiin seuraavasti: maanantaista torstaihin klo 19-22, perjantaisin 19-23, lauantaisin 18-23 ja sunnuntaisin 18-22. — Tutkimus on saanut taloudellista tukea Suomen Kulttuurirahaston MTV:n rahastosta.

Kirjallisuus

BLUMLER, Jay & BRYNIN, Malcolm & NOSSITER, T.J. Broadcasting Finance and Programme Quality: An International Review. *European Journal of Communication* 1(1986):3, s. 343-364.

CANTOR, Muriel G. *Prime-Time Television: Content and Control*. Beverly Hills ja Lontoo, Sage, 1980.

CONNELL, Ian & CURTI, Lidia. *Popular Broadcasting in Italy and Britain: Some Issues and Problems*. Teoksessa: DRUMMOND, Phillip & PATERSON, Richard (toim.). *Television in Transition*. Lontoo, BFI, 1985, s. 87-111.

DIMMICK, John & ROTHENBUHLER, Eric W. *Competitive Displacement in the Communication Industries: New Media in Old Environments*. Teoksessa: RICE, Ronald E (toim.). *The New Media: Communication Research and Technology*. Beverly Hills, Lontoo ja New Delhi, Sage, 1984, s. 287-308.

DOMINICK, Joseph R. & PEARCE, Millard C. *Trends in Network Prime Time Programming, 1953-74*. *Journal of Communication* 26(1976):1, s. 70-80.

ELLIS, John. *Visible Fictions: Cinema, Television, Vi-*

deo. Lontoo, Boston ja Henley, Routledge & Kegan Paul, 1982.

GIDDENS, Anthony. *Yhteiskuntateorian keskeisiä ongelmia. Toiminnan, rakenteen ja ristiriidan käsitteet yhteiskunta-analyysissä*. Helsinki, Otava, 1984 (1979).

GITLIN, Todd. *Inside Prime Time*. New York, Pantheon Books, 1983.

GRIPSRUD, Jostein. *Commercialism and Television: Notes on a Norwegian (?) Dilemma*. *Screen* 27(1986):3/4, s. 88-99.

HEISKANEN, Ilkka. *Uusi viestintäteknologia ja rakenteellinen kuri suomalaisessa joukkoviestinnässä ja kulttuuriteollisuudessa*. Teoksessa: MITCHELL, Ritva (toim.). *Uusi teknologia, taiteet, taidepolitiikka*. Valtion taidehallinnon julkaisuja n:o 28. Helsinki, 1985, s. 193-247.

HEISKANEN, Ilkka. *Televisio, elämäntapatutkimus ja todellisuuden määrittäminen*. Teoksessa: HEIKKINEN, Kalle (toim.). *Kymmenen esseetä elämäntavasta*. Helsinki, Yleisradio, 1986, s. 93-133.

HELLMAN, Heikki. *Uustelevisio aika? Yleisradiotoiminnan edellytykset television rakennemuutoksessa*. Helsinki, Hanki ja Jää, 1988.

HELLMAN, Heikki & SAURI, Tuomo. *Suomalainen prime-time. Tutkimus television uudesta kilpailutilanteesta sekä Yleisradion ja MTV:n parhaan katseluajan ohjelmarakenteesta vuosina 1970-1986*. Jyväskylän yliopisto, Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja n:o 10. Jyväskylä, 1988.

HOLZER, Horst. *The Politics of Telecommunication in the Federal Republic of Germany*. *Media, Culture & Society* 7(1985):1, s. 85-101.

KALKKINEN, Marja-Leena. *Televisio-ohjelmien seuraaminen 1976-1985: Yhteenveto television seuraamistutkimuksista*. Yleisradio, Suunnittelu- ja tutkimusosasto, Sarja B 6/1986.

KALKKINEN, Marja-Leena. *Tv-ohjelmien seuraaminen 1987-88: Tv-mittaritutkimuksen vuosiyhteenveto*. Yleisradio, Suunnittelu- ja tutkimusosasto, Sarja D 12/1988.

KASARI, Heikki. *Yleisö sähköisen viestinnän muotopaineissa*. Helsingin yliopisto, Tiedotusopin laitos, Julkaisuja 1.A/5, 1988.

KIVIKURU, Ullamajja. *Angloamerikkalaisuus ja Suomen tiedonvälitys: Riippuvuuden muotojen ja sisällön tarkastelua*. Yleisradio, Suunnittelu- ja tutkimusosasto, Sarja B 1/1986.

KRÜGER, Udo Michael. *Qualitätsschere im Fernsehangebot: Ergebnisse eines Programmvergleichs zwischen ARD, ZDF, SAT 1, RTL plus, 3SAT und EINS PLUS*. *Media Perspektiven* (1987):4, s. 549-562.

MORLEY, David. *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. Lontoo, Comedia, 1986.

NIEMI, Iiris & KIISKI, Salme & LIIKKANEN, Mirja. *Suomalaisten ajankäyttö 1979*. Tilastokeskus, Tutki-

- muksia n:o 65. Helsinki, 1981.
- OKSANEN, Matti. Viestintäkulttuuri, televisio ja radio. Yleisradio, Suunnittelu- ja tutkimusosasto, Sarja B 5/1986.
- PAASILINNA, Reino. Miellyttävää väkivaltaa: Näinkö Suomi menettää itsenäisyytensä? Helsinki, Otava, 1986.
- RICHERI, Giuseppe. Television from Service to Business: European Tendencies and the Italian Case. Teoksessa: DRUMMOND, Phillip & PATERSON, Richard (toim.). Television in Transition. Lontoo, BFI, 1985, s. 21-35.
- SARKKINEN, Raija. Televisio-ohjelmiston rakenne ohjelmatyypeittäin ja alkuperämittain toimintavuosina 1982/83 ja 1983/84. Yleisradio, Suunnittelu- ja tutkimusosasto, Sarja B 9/1985.
- SILVO, Ismo. Valta, kenttä ja kertomus: Televisiopolitiikan tulkinnat. Yleisradion suunnittelu- ja koulutus-toiminnan julkaisuja n:o 2. Helsinki, Yleisradio, 1988.
- SPARKS, Colin. BBC:n kuolema. Tiedotustutkimus 10(1987):2, s. 3-13.
- STEINBOCK, Dan. Televisio ja psyyke: Televisiosuhde, illusionismi ja anti-illusionismi. Espoo, Weilin + Göös, 1983.
- STEINBOCK, Dan. Mediaspesifi televisiotutkimus, televisio-ohjelma tekstinä ja ohjelmakielen historiallisia muodonmuutoksia: Teoriaa ja käytäntöä I-III. Yleisradio, Suunnittelu- ja tutkimusosasto, Sarja B 1a-c/1985.
- STEINBOCK, Dan (toim.). Suomalaisen kuvadraaman kenttä. Yleisradio, Suunnittelu- ja tutkimusosasto, Sarja C 2/1986.
- STEINBOCK, Dan. Formaatti ja televisiosarjat: Prime-time-televisiosarjojen formaatit tuottajien, tutkijan ja yleisön näkökulmasta. Yleisradio, Suunnittelu- ja tutkimusosasto, Sarja B 1/1988.
- SWIDLER, Ann & RAPP, Melissa & SOYSAL, Yasmine. Format and Formula in Prime-Time TV. Teoksessa: BALL-ROKEACH, Sandra J. & CANTOR, Muriel G. (toim.). Media, Audience, and Social Structure. Newbury Park, Beverly Hills, Lontoo ja New Delhi, Sage, 1986, s. 324-337.
- TAYLOR, Laurie & MULLAN, Bob. Uninvited Guests: The Intimate Secrets of Television and Radio. Lontoo, Chatto & Windus, 1986.
- Television Programming in Europe 2: 1986/87 Summary Report. Lontoo, Horizons Media International, 1987.
- TIIHONEN, Pertti. Tv-yleisön käyttäytyminen uudessa välineympäristössä: Tutkimus helsinkiläisten televisionkatselusta. Yleisradio, Suunnittelu- ja tutkimusosasto, Sarja C 4/1988.
- TUKIAINEN, Tuuli. Television ulkomainen ohjelmatarjonta. Yleisradio, Suunnittelu- ja tutkimusosasto, Sarja B 2/1987.
- VIRTANEN, Minna. Television itsesensuuri Suomessa: Väkivaltakuvausten ja ei-toivottujen ohjelmasisältöjen säätely julki- ja pilotasolla. Yleisradio, Suunnittelu- ja tutkimusosasto, Sarja B 10/1988.
- WILLIAMS, Raymond. Television: Technology and Cultural Form. Lontoo, Fontana/Collins, 1974.
- Yleisradio ja viestinnän muutos: Yleisradion toimintaympäristön muutokset ja niiden edellyttämiä toimenpiteitä. Yleisradio, suunnittelu- ja koulustoitinta, muistio.